

УДК 334.021

Анна Зелена, Юрій Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КРЕАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Anna Zelena, Yuriy Vovk

CREATIVE ENVIRONMENT AS A NEED OF ORGANIZATION'S EFFECTIVE WORK

Сучасні підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати та впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність в ринковій економіці. Адже успіх економічного розвитку підприємства вирішальною мірою залежить від впровадження у його діяльність нововведень та, на цій основі формування конкурентних переваг. Тема розвитку креативного менеджменту є надзвичайно актуальною для сучасного українського суспільства, має велике значення, так як вихід України із кризи пов'язаний з упровадженням в життя загальноцивілізаційних засад управління, які базуються на нових підходах менеджменту.

Основною метою цієї діяльності є забезпечення конкурентних переваг підприємства, стабільності його прибутків та інтенсивного типу розвитку. Успішний креативний менеджмент дає змогу підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток. Так, в більшості високорозвинутих країнах керівництво використовує саме креативні методи управління, що дозволяє домогтися більшої ефективності та результативності діяльності компаній.

Наявність людських ресурсів, здатних професійно вирішувати поставлені перед ними завдання є основним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності виробництва. Стрімке розширення інформаційно-технологічної сфери економіки, динаміка змін в усіх сферах життєдіяльності суспільства потребує працівників нового рівня.

Інтелектуалізація економіки збільшує залежність результатів діяльності підприємства від рівня розвитку його працівників. Сьогодні розвиток підприємства та його конкурентна позиція на ринку, в першу чергу, залежить від професіоналізму людей, які на ньому працюють.

Британські вчені опублікували дослідження, результати яких підтверджують, що рутинна робота в офісі вбиває креативність працівників. Тому сучасні фірми, чий прибуток безпосередньо залежить від креативності працівників роблять все можливе, щоб працівникам комфортніше працювалося. Це може бути різнобарвний інтер'єр, музика, кімнати відпочинку.

Кожен має добре знати закономірності стомлюваності, уміти правильно організовувати свій відпочинок. Але у творчій роботі іноді буває інакше. Якщо виникають ускладнення, доводиться годинами та днями, а то й тижнями та місяцями займатися вирішенням якогось одного питання. Тоді потрібно відходити від теми, переключатися на іншу роботу, просто відпочивати. Часто після перепочинку рішення приходить майже відразу, ніби саме собою.

Отже, стимулювання творчості – це не тільки застосування спеціальних методів активізації розумової діяльності, а й організація умов праці, уважне та турботливе ставлення до працівників.

Наприклад, академік А. Ф. Іоффе висував такі вимоги до організації роботи:

- 1) добір у колектив талановитих людей, які прагнуть знань;
- 2) демократичність, простота й принциповість керівника;
- 3) відверте схвалення успішної праці підлеглих і вміння науково аргументувати, що вони щось зробили неправильно;
- 4) надання більшої самостійності підлеглим;
- 5) оптимальна чисельність колективу (не більше 12, краще - 3–6);
- 6) здорова конкуренція в колективі;
- 7) підтримка конструктивної критики з боку всіх членів колективу;
- 8) урахування кваліфікації, особливостей інтелектуальних здібностей і особистісної сумісності людей під час формування групи.

Творчий потенціал працівника містить у собі його адаптивні, креативні, інноваційні, евристичні здібності, знання, навички та вміння, що реалізуються у трудовій сфері. Креативні люди – це ті люди, які не бачать кордонів і умовностей. Вони чутливіші до змін в середовищі. Для них важливо, щоб їх не обмежували, важливий клімат в колективі, тому менеджер повинен знати все що робиться з його підлеглими.

Умови, які сприяють реалізації творчого потенціалу працівників:

- відчуття причетності до справ підприємства (лояльність);
- реальне виробниче самоуправління життям колективу;
- осмислення кожним робітником своєї ролі у спільній трудовій творчості;
- плановий характер креативного розвитку, принцип командності в роботі і в управлінні.

Традиції розвитку і заохочення творчості в праці продемонстрували свою життєздатність і ефективність, їх потрібно продовжувати і у нових умовах господарювання.

Шляхи розвитку творчого потенціалу працівників бувають дуже різними. Важливо вміти обирати ті з них, які відповідають специфіці кожної конкретної організації, її цілям та завданням, її кадровому складу. Не існує універсальних рецептів розвитку творчості у працівників – це завдання вимагає, в свою чергу, від управління творчого підходу та високого професіоналізму.

Тому, креативне середовище в організації є таким важливим і необхідним для ефективного роботи працівників. Адже воно працює як мотивація, стимул, що не може приносити користі як і працівнику, так і керівнику. Креативність завжди була основним джерелом розвитку суспільства. У кожному з нас закладено потенційні здібності, які при грамотному підході можна розкрити. Для цього необхідно створити сприятливий психологічний клімат у колективі. Людина може працювати творчо тільки там, де добре себе почуває, де якомога більше свободи і самостійності. Необхідно максимально задіяти знання і навички співробітників, надати їм можливість самореалізації. Особливо важлива мінімізація стресових ситуацій, їх запобігання або швидке вирішення проблеми.

Для розвитку креативності постійно потрібна нова інформація, яку можна отримати на конференціях, тренінгах та семінарах. Вдалі пропозиції та ідеї обов'язково повинні заохочуватися, бо для креативних людей дуже важлива оцінка їхньої праці іноді навіть важливіша, ніж матеріальні стимули. Роботодавець повинен чітко усвідомлювати, що креативність співробітників багато в чому дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною. Рівень креативності не визначається спадковими факторами, а формується під впливом середовища, більш того, він може змінюватися як в один, так і в інший бік протягом життя. Спади в креативності в основному пов'язані або з зменшенням її затребуваності, або зі стресовими ситуаціями.